



## Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra di Kampus Vokasi UNRAM PDD Bima

Zulkieflimansyah<sup>1</sup>, Ahmad Yamin<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

E-mail: [ahmad.yamin@uts.ac.id](mailto:ahmad.yamin@uts.ac.id), [supriadi@uts.ac.id](mailto:supriadi@uts.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2023-03-27 Revised: 2023-05-22 Published: 2023-06-01	<p>This study aims as follows: (1) to determine the planning, organizing, actualizing, controlling public relations in building the image of the UNRAM PDD Bima Vocational School (2) to find out the strategy of public relations innovation in building an image in the Vocational School of UNRAM PDD Bima (3) to find out Vocational Image in Society. This research uses a qualitative approach, data collection is done by interview, observation and documentation. Data analysis techniques include data reduction, data presentation, and data verification. The results of this study are: (1) that the overall development of imagery in Vocational Schools uses management principles from planning, organizing, implementing and controlling it in achieving the goals of higher education institutions, especially in building the image of vocational campuses that are currently developing. In this case, (2) the public relations innovation strategy requires a controller in the implementation of activities, namely the leader using three strategic steps: the existence of a brand (brand), position, campus excellence and uniqueness, and the leader must be able to understand the public vocational image, understand himself with the state of reading environmental conditions, determining a target to be achieved, one of them by using a good communication system between communicators and communicants, (3) a good vocational image in the community, can be seen through good communication between superiors and subordinates as well as good service to the community. Alam provides all the information needed by the community as a whole for those who ask about Vocational, then seen from campus and academic achievements, infrastructure and cooperation or MOUs to higher education institutions or other institutions.</p>
<b>Keywords:</b> <i>Strategi;</i> <i>Management;</i> <i>Public Relations</i> <i>Innovation;</i> <i>Building Image.</i>	

Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2023-03-27 Direvisi: 2023-05-22 Dipublikasi: 2023-06-01	<p>Penelitian ini bertujuan sebagai berikut: (1) untuk mengetahui planning, organizing, actualizing, controlling humas dalam membangun citra Vokasi UNRAM PDD Bima (2) untuk mengetahui strategi inovasi humas dalam membangun citra di Vokasi UNRAM PDD Bima (3) untuk mengetahui Citra Vokasi di Masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah: (1) bahwa pengembangan pencitraan yang ada di Vokasi keseluruhannya menggunakan azas-azas manajemen baik itu dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolannya dalam mencapai sebuah tujuan lembaga perguruan tinggi khususnya dalam membangun pencitraan kampus vokasi yang sedang berkembang pada masa sekarang ini, (2) dalam strategi inovasi humas itu diperlukan seorang pengendali dalam pelaksanaan kegiatan yaitu Pemimpin dengan menggunakan tiga langkah strategi: adanya brand (merek), posisi, keunggulan kampus dan keunikannya, serta pemimpin harus dapat memahami tentang citra vokasi kepublik, memahami diri dengan keadaan dalam membaca kondisi lingkungan, menentukan suatu sasaran yang akan dicapai salah satunya dengan menggunakan sistem komunikasi yang baik antara komunikator dan komunikannya, (3) citra vokasi baik di masyarakat, bisa dilihat melalui komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan serta pelayanan yang baik terhadap masyarakat dalam memberikan segala informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat secara menyeluruh bagi mereka yang bertanya tentang Vokasi, kemudian dilihat dari prestasi kampus dan akademiknya, sarana prasarana serta kerja sama atau MOU kepada lembaga perguruan tinggi ataupun instansi lembaga lainnya.</p>
<b>Kata kunci:</b> <i>Strategi;</i> <i>Manajemen;</i> <i>Humas;</i> <i>Membangun Citra.</i>	

### I. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam pembangunan di setiap negara. Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003

tentang Sistem Pendidikan Nasional dalam Pasal 1 memaparkan bahwa: "Pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana dan proses pembelajaran agar peserta

didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk dapat memiliki kekuatan spritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, mengembangkan segala potensi yang dimiliki peserta didik melalui proses pembelajaran”.

Dijelaskan dalam pasal 4 bahwa peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana dan proses pembelajaran agar peserta didik dapat mengembangkan serta mengeksplorasi seluruh potensi yang dimiliki (bakat, minat, dan kemampuan).

## II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang lebih menekankan pada pendekatan deskriptif kualitatif. Strauss dan Corbin (2003:4) berpendapat, bahwa yang dimaksud dengan penelitian kualitatif (*Qualitative research*) adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dari kuantitatif. Penelitian kualitatif dapat menunjukkan pada penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, juga tentang fungsionalisasi organisasi, pergerakan-pergerakan sosial, atau hubungan kekerabatan. Maka dengan demikian peneliti dapat memperoleh penjelasan dan pengertian yang mendalam dan menyeluruh tentang fenomena yang terjadi dilapangan serta dapat memberikan deskripsi yang bersifat holistik. Selanjutnya untuk dapat menggambarkan sebuah penelitian secara holistik terhadap apa yang menjadi permasalahan dalam sebuah penelitian, maka informasi dan data yang diperoleh dilakukan dengan cara merekam data dan informasi yang dilakukan.

Sejalan dengan hal tersebut Faisal (1990) menyatakan bahwa untuk memperoleh pengertian atau pemahaman yang holistik mengenai suatu gejala/kenyataan/tingkah laku sosial budaya, maka peneliti harus berguru atau belajar dari manusia pelakunya. Hal ini dilakukan karena sifat unik dari realitas sosial dan tingkah laku manusia itu sendiri. Sifat unik terjadi karena manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki nilai-nilai untuk diinterpretasikan dalam sikap dan tingkah lakunya. Berdasarkan hal ini dalam

rangka untuk memperoleh sebuah pemahaman secara holistik dari sebuah masalah dalam sebuah penelitian, maka hendaknya kita melakukan pemahaman akan sebuah fenomena yang terjadi dikaitkan dalam segenap konteks serta dengan cara melakukan pengamatan terhadap berbagai interaksi yang dilakukan oleh manusia dilapangan.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan membahas uraian yang mengkaitkan atau mendialogkan hasil temuan penelitian dengan landasan teori yang ada sesuai dengan judul penelitian yaitu: Strategi Manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra di Vokasi UNRAM Bima. Pada bab V ini, peneliti akan mendeskripsikan secara mendalam temuan hasil penelitian dan kemudian dikombinasikan dengan konsep teoritis yang ada untuk menemukan sebuah temuan baru secara konseptual. Proses manajemen Humas merupakan sebuah kegiatan dimana organisasi membuat sumber daya manusiawi dan materi tersedia dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Didalam suatu kerjasama terkandung berbagai kegiatan manajemen yaitu kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dengan memadukan sumber daya manusia dan sumber daya lain yang dimiliki organisasi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya.

Strategi Manajemen hubungan masyarakat memiliki fungsi pokok yang tidak jauh beda dengan manajemen secara umum manajemen humas secara garis besar meliputi: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengontrolan. Menurut Winardi dalam bukunya Misiono, manajemen organisasi juga mengemukakan ada empat macam fungsi manajemen yaitu: perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, mengawasi. Perencana humas dalam membangun citra Vokasi Bima, meliputi kegiatan apa yang ingin dicapai, bagaimana mencapainya, berapa lama, berapa orang yang diperlukan dan berapa jumlah biaya yang dibutuhkan dalam jangkauan waktu perencanaannya yang ada di Vokasi Bima Hal ini dibagi menjadi tiga tahapan yakni:

1. Perencanaan jangka pendek yaitu dilakukan setiap satu minggu sekali tepatnya pada hari kamis
2. Perencanaan jangka menengah yaitu dilakukan setiap satu bulan sekali

Perencanaan jangka panjang yaitu dilakukan setiap empat tahun sekali yang dalam setiap satu tahunnya kita selalu mengadakan evaluasi dalam pencapaian tujuan yang direncanakan, kemudian

juga perencanaan bulanan dan perencanaan mingguannya seperti itu juga.

#### **IV. SIMPULAN DAN SARAN**

##### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil temuan peneliti yang telah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya terkait dengan manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra Vokasi Bima, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Manajemen humas dalam membangun citra Vokasi Bima berawal dari POAC itu sendiri yaitu: Pertama, perencanaan (Planning), perencana humas dalam membangun citra Vokasi Bima, perencanaannya yang ada di Vokasi Bima dibagi menjadi tiga tahapan yakni: a. Perencanaan jangka pendek, b. Perencanaan jangka menengah, c. Perencanaan jangka panjang. Kedua, Pengorganisasian di Vokasi Bima memberikan informasi serta pembagian tugas kepada staf humas tentang semua kegiatan atau agenda yang akan dilakukan setiap harinya, dengan selalu mengecek kegiatan yang akan dilakukan setiap hari kepada staf humas. Ketiga, menggerakkan orang lain agar suka dan dapat bekerja dalam upaya pencapaian tujuan. Pada hal ini terdapat penekanan tentang keharusan cara yang tepat digunakan untuk mengerakan, yaitu dengan memotivasi atau memberi motif-motif bekerja kepada bawahan agar mau dan senang melakukan segala aktivitas dalam rangka mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Keempat, pengawasan merupakan bagian dari akhir aktivitas menejerial untuk dapat mengefektifkan pencapaian hasil atau tujuan sebuah organisasi perguruan tinggi yang ada di Vokasi Bima dalam hal ini pengawasan setiap melakukan kegiatan yang sudah direncanakan selalu mengecek kegiatan yang akan dilakukan esok harinya baik yang sudah terprogram dijadwal ataupun kegiatan yang terlaksana tiba-tiba ataupun mendadak jadi tetap ada pengawasan dalam pelaksanaannya.
2. Strategi humas dalam membangun citra Vokasi Bima diperlukan seorang pengendali dalam pelaksanaan kegiatan (pemimin) yaitu dengan menggunakan tiga langkah strategi yaitu: adanya brand (merek), posisi, dan juga keunggulan kampus dan keunikannya, kemudian dapat memaham-

kan tentang apa yang ingin dicapai misalkan dalam pemahaman tentang citra Vokasi Bima kepublik, memahami diri dengan keadaan dalam membaca kondisi lingkungan, menentukan suatu sasaran yang akan dicapai salah satunya dengan menggunakan sitem komunikasi yang baik antara komunikator dan komunikannya dan langkah ini semua yang sudah dilakukan pihak Vokasi Bima dalam melakukan strategi untuk membangun citra Vokasi Bima itu sendiri.

3. Citra Vokasi di Masyarakat sudah baik bisa dilihat dari kegiatan sehari-hari para pimpinan dan staf bawahannya baik itu dalam melakukan sebuah kegiatan apa saja yang diadakan di Vokasi Bima, sesuai dengan apa yang direncanakan atas manajemen humasnya, kemudian citra di Vokasi Bima itu baik di masyarakat bisa dilihat melalui komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan serta pelayanan yang baik terhadap masyarakat dalam memberikan segala informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat secara menyeluruh (memuaskan) masyarakat yang bertanya tentang Vokasi Bima, kemudian dilihat dari prestasi kampus dan prestasi akademiknya, sarana prasarana yang memadai serta kerja sama/MOU kepada lembaga perguruan tinggi ataupun instansi lembaga lainnya dan yang paling penting pelayanan terhadap masyarakat yang mencari tau informasi terhadap Vokasi Bima dalam menyampaikan komunikasinya harus baik dan ternyata alumni Vokasi Bima merupakan salah satu citra itu sendiri di masyarakat. Jadi dari sinilah sebuah citra itu bisa dilihat secara nyata oleh seluruh masyarakat luas, bahwa citra Vokasi Bima sudah level tataran baik dan tugas humas harus bisa mempublikasikan keadaan yang sebenarnya kepada masyarakat luas tentang apa saja kegiatan dan prestasi dari kampus Vokasi Bima langsung, melalui media cetak, TV, ataupun radio dengan tetap selalu menjunjung tinggi nilai-nilai ke Vokasian.

##### **B. Saran**

Untuk tetap mempertahankan serta lebih meningkatkan lagi kualitas Manajemen yang sudah ada dan baik sehingga dalam pencapaian tujuan membangun pencitraan Vokasi Bima di masyarakat global bisa terealisasikan sesuai dengan visi dan misi dari Vokasi Bima

yang tetap berlandaskan Output yang diharapkan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad Fatah Yasin, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Malang: UIN-Maliki Press).
- Ahmad Kurnia EL-Qorni, 2008. [http://ManajemenKomunikasi.Blogspot.com/01/Tujuan dan Fungsi-public-relations.html](http://ManajemenKomunikasi.Blogspot.com/01/Tujuan%20dan%20Fungsi-public-relations.html), di unduh pada hari Jumat Jam 02.00 WIT.
- Anne Gregory, 2004. *Planing and Managing Public Relations Campings (Perencanaan dan Manajemen Kampanye Publik Relations)*, terj. Dewi Damayanti, (Jakarta: Erlangga).
- Ardianto dkk, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Edisi Revisi.
- Ardianto, E, 2009. *Public Relation: Praktis* (Bandung: widya Padjajaran).
- Arthur W. Page, 1999. *All Bussiness in a Democratic Country Begins with Public Permission an Exist by Public Approavala*, dalam Edo Sagara, Journal.
- Asrori Ardiyansyah, M. 2016. *Bentuk kerjasama Lembaga dengan Masyarakat* (online), Tersedia: <http://kabarpendidikan.blogspot.com.com/2011/04/bentukkerjasamalembaga.html>
- Basrowi dan suwandi, 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta). Converse Hugey and Michell, 2009. *Branding dalam Teori Marketing*, Jakarta: Tahun. Daulat HLM, Tampubolon. 2015.
- Frank Jefkins, *Publik Relations*, terj. Aris Munandar.
- Husaini Usman, 2013. *Manajemen, Teori, Praktik dan Riset Pendidikan* (Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi, edisi ke empat).
- Imam Suprayogo dan Tobroni, 2003. *Metodologi Penelitian Sosial- Agama*. (Bandung: Remaja Rosadakarya).
- Jurnal online, Eksistensi Humas Perguruan Tinggi dalam Upaya Membangun Citra Institusi, (Semarang, Admisi & Bisnis versi online yang diterbitkan oleh jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Semarang; ISSN 1411-4321).
- Pendidikan Bermutu Untuk Semua, Makalah Seminar Meningkatkan Mutu Pendidikan Indonesia, 28 Mei 2016, Jakarta: IBII.